

Vývoj chutí Čechů na Woltu: v roce 2025 vedly burgery, v lednu roste oblíbenost polévek a salátů

Praha, 20. ledna 2026 – Rok 2025 byl ve znamení chutí, na které si doma jen tak lidé netroufnou. Češi si přes Wolt nejčastěji objednávali burgery, pizzu, asijskou kuchyni – a stále častěji i kompletní nákupy potravin. Vedle čerstvého pečiva, ovoce a zeleniny roste i zájem o doručení nepotravinového zboží až ke dveřím. Páteční večery tradičně patřily k nejnabitějším dnům v týdnu, a to nejen v Česku, ale i po celém světě. Mezi nejzajímavější momenty loňského roku patří rekordní objednávka v hodnotě 30 tisíc korun. S novým rokem ale přichází změna chutí i návyků. Češi hledají vyváženější jídelníček, a tak roste poptávka po lehčích a zdravějších pokrmech. Nárůst tak zaznamenávají saláty, polévky a další „feel-good“ jídla.

Kromě změny stravovacích návyků a zdravějšího přístupu k vlastnímu tělu si mohou lidé vzít za své také ohleduplnější chování ke svému okolí. Jedním z jednoduchých kroků, jak udělat něco dobrého pro planetu, je volba opakovaně použitelných obalů při objednávce jídla. U vybraných restaurací na platformě Wolt si zákazníci mohou nechat doručit jídlo v tzv. REkrabičkách – vratných obalech, které snižují množství jednorázového odpadu.

Burgery a pizza hrály prim

Burgery vévodily objednávkám uplynulého roku a staly se jednoznačně nejpopulárnější kategorií. V těsném závěsu se umístila pizza a také objednávky potravin. S menším odstupem se do žebříčku nejoblíbenějších zařadila také asijská kuchyně, která si dlouhodobě drží své místo mezi stálicemi. Mezi konkrétními položkami zákazníci nejčastěji sahalí po mléčných výrobcích, sýrech, vejcích a ovoci. Výrazný nárůst zaznamenaly také nealkoholické nápoje a limonády.

Na Wolt Marketu, online supermarketu dostupném přímo v aplikaci Wolt, patřilo během prosince k nejoblíbenějším položkám pečivo, balená voda a různé druhy sýrů. *„Složení objednávek ukazuje, že lidé si přes Wolt pořizují přesně to, co v daný moment potřebují – od ingrediencí na večeři, přes kosmetiku až po psací potřeby nebo hračky. Postupně se tak stáváme obchodním domem v kapse, kde si zákazníci rychle a pohodlně objednají téměř cokoli, co jim doma zrovna chybí,“ říká Tomáš Kubík, tiskový mluvčí společnosti Wolt.*

Květiny pro radost až ke dveřím

Součástí objednávek na Woltu byly v loňském roce vedle jídla a potravin i květiny. Zájem o floristický sortiment výrazně vzrostl – lidé si častěji nechávali doručit smíšené kytice, ale také růže či tulipány. Květiny se staly nejen doplňkem svátečních nákupů, ale i způsobem, jak potěšit své blízké. Ukazují, že pohodlí expresního doručení si zákazníci oblíbili i u drobných radostí, které potěší.

Nejvíce objednávek zákazníci loni uskutečnili v pátek, který se stal nejvytíženějším dnem napříč všemi zeměmi, kde Wolt působí. Hned v závěsu za ním byla neděle. Lidé si objednávali nejen jídlo a menší nákupy, ale i větší zásilky – nejdražší objednávka roku dosáhla hodnoty 30 tisíc korun.

Leden ve znamení lehkosti: Češi mění chutě i přístup k udržitelnosti

S příchodem ledna se ale nálada mění, stejně jako skladba na talířích. Lidé chtějí po svátečním období hojnosti žít zdravěji a volí lehčí a zdravější jídla – roste zájem o saláty, polévky a vegetariánské varianty. Spolu s tím přichází i chuť žít udržitelněji. *„Každoročně sledujeme, že leden přináší změnu – lidé přirozeně sahají po zdravějších variantách,“ říká Tomáš Kubík, tiskový mluvčí společnosti Wolt, a dodává: „Leden je také ideálním časem na malé změny v každodenních návycích. Například volba rekrabiček, tedy opakovaně použitelných obalů, je jednoduchý krok, jak omezit jednorázový odpad a přispět k udržitelnějšímu způsobu života.“*

REkrabříčku mohou zákazníci zvolit u vybraných partnerů, nejčastěji právě u salaterií nebo vege restaurací. Při objednávce zvolí REkrabříčku jako obal a k celkové částce se jim jednorázově připočte vratná záloha ve výši 80 Kč. Tu pak dostanou zpět při vrácení krabíčky

k jednomu z desítek partnerů zapojených do projektu. Krabička nejen že výborně těsní a udrží jídlo v perfektní kondici, ale zároveň se může pochlubit stylovým designem, výrobou ze 100% recyklovaného materiálu bez obsahu BPA a původem z České republiky. REkrabička se dá ohřívat v mikrovlnce, mýt v myčce a používat ji lze až 400krát – ideální volba pro všechny, kdo chtějí snižovat množství jednorázových obalů bez kompromisů na pohodlí.

About Wolt

Wolt je technologická společnost, která usnadňuje lidem objevovat a zkoušet nové restaurace a obchody v jejich okolí. Aby toho dosáhl, vyvíjí širokou škálu technologií, jako jsou aplikace pro lokální logistiku, software pro retail nebo řešení pro správu financí. Pod značkou Wolt Market provozuje také vlastní síť obchodů s potravinami a spotřebním zbožím.

Od roku 2022 mohou díky produktu Wolt Drive logistickou platformu více než 7 tisíc kurýrů využívat i e-shopy pro distribuci vlastních objednávek. Wolt byl založen v roce 2014 a v roce 2022 se připojil ke společnosti DoorDash a společně se tak stali globálním hráčem působícím v 31 zemích světa. V Česku Wolt působí již ve 40 lokalitách.

Contact details

Tomáš Kubík

Head of Communications Czech Republic & Slovakia

tomas.kubik@wolt.com

Copy link

<https://press.wolt.com/cs-CZ/259787-vyvoj-chuti-cechu-na-woltu-v-roce-2025-vedly-burgery-v-lednu-roste-oblibenost-polevek-a-salatu/>